



CES Aviation

SOLUCIONES DE CONSULTORIA, INGENIERIA Y FORMACION



**CURSO SUPERIOR EN
GESTIÓN Y MARKETING PARA
EMPRESAS AERONÁUTICAS**



ÍNDICE

- FUNDAMENTO DEL CURSO3
- QUÉ ES4
- A QUIÉN SE DIRIGE4
- TE PREPARA PARA4
- CÓMO TE PREPARA5
- POR QUÉ6
- CONTENIDO DEL TEMARIO7
- APRENDER MEDIANTE EXPERIENCIA8
- PROFESOR9
- DATOS DEL CURSO9
- CES AVIATION / UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS10



FUNDAMENTO DEL CURSO

Desde mediados del siglo pasado, las organizaciones empresariales, incluso las más tecnificadas, han reconocido la importancia fundamental que una correcta aproximación a la función comercial tenía para el desarrollo de la empresa. Desde las primeras crisis globales en los años setenta, disponer de una dirección comercial y de marketing fuerte ha sido además una característica básica para la supervivencia en dichos entornos muy desfavorables y cada vez más competitivos. Desde hace veinte años otras organizaciones, incluso no empresariales per se, han necesitado una gestión de marketing para adecuarse a los retos del mundo actual. La entrada de España en la Unión Europea desde 1985 con la caída de fronteras tecnológicas y un reparto del dinero público mucho más estricto, no ha hecho más que evidenciar desde entonces la necesidad de competir con las empresas de una Europa del Norte más desarrollada, conociendo y utilizando herramientas de gestión que éstas llevan usando desde bastantes años antes que en nuestro país.

Las empresas buscan una creación de valor, y la función de marketing debe elegir cómo se proporciona valor también al cliente, identificando sus necesidades y deseos, posicionando la oferta según la visión y los objetivos de la organización y diseñando los productos o servicios adecuados para ello. Esta función tiene connotaciones fuertemente estratégicas en muchos aspectos de las decisiones corporativas, que cobran mayor importancia si cabe en tiempos de turbulencia y crisis. La aproximación al marketing debe de ser más global, más flexible y abierta que nunca. La primitiva percepción de que el marketing es para productos de consumo se muestra ya totalmente desfasada.

Este curso pretende relacionar los objetivos empresariales con el conocimiento de marketing como herramienta estratégica, y nos llevará al análisis de los factores críticos para la toma de decisiones sobre oportunidades de mercado, sobre las aspiraciones de los clientes, al diseño de las estrategias de marketing de productos o servicios, sean estos industriales o de consumo.

La entrada de España en la Unión Europea trajo consigo, entre otras muchas novedades, la eliminación progresiva de los monopolios, incentivándose el abaratamiento de los productos y servicios prestados por las empresas, la libre competencia y en definitiva lo que entendemos por Economía de Mercado, estableciendo una competencia entre éstas, con las consiguientes ventajas de índole económica para los operadores y usuarios, pero también las consiguientes presiones hacia las empresas que ofrecían productos generados u ofertados de manera no tan eficiente.

Una de los sectores afectados por esta política, es el mundo aeronáutico y espacial, especialmente en sus ámbitos con mayor incidencia del consumo, como son los aeroportuarios y la navegación aérea. Pero también las empresas industriales del sector aeroespacial, fabricantes de bienes de equipo, estructuras, componentes o servicios asociados, áreas bastante menos relacionadas con el consumo que las anteriores, o con clientes institucionales que eran prácticamente cautivos han sentido la necesidad de replantear su esquema de negocio para mantenerse abiertas y seguir generando valor.

Es por tanto fundamental que las empresas se adecuen para competir a nivel europeo, y también mundial, ya que la aviación es global, y lo seguirá siendo durante mucho tiempo.

Javier Ruiz de Ojeda

Instructor del Curso



QUÉ ES

El objetivo de este curso es proporcionar a los alumnos una visión de los aspectos fundamentales del Marketing y sus implicaciones ante el desarrollo del negocio:

Conocimiento del Entorno y la Competencia, Mercados, Medición y Segmentación, Clientes y Usuarios, Posicionamiento, Herramientas de Marketing, Lanzamiento de Productos, Proceso de Ventas, Márketing Mix y Planificación del Marketing constituirán la columna vertebral del curso.

A QUIÉN SE DIRIGE

- A Graduados en Ingeniería Aeroespacial, Ingenieros Técnicos Aeronáuticos, Ingenieros Aeronáuticos y profesionales de otras ramas de la ingeniería y la técnica que vayan a tener relación con el sector aeronáutico, que deseen completar su currículo de competencias aeronáuticas y avanzar profesionalmente. También a otros titulados, no ingenieros, que tengan relación con el sector aeronáutico o que necesiten formarse en gestión para emprender o desarrollar una aventura empresarial en el sector aeroespacial o en cualquier otro.
- Para aquellos profesionales que, teniendo experiencia en alguno de los ámbitos del sector, desean incrementar su empleabilidad y desarrollar la carrera profesional y visión global adquiriendo competencias en otras áreas constitutivas del ámbito aeronáutico.
- A las compañías del sector aeronáutico que requieren de profesionales capaces de operar en un entorno globalizado y un mercado laboral cada vez más competitivo y que demanda y exige acreditaciones y conocimientos prácticos para el desarrollo de la actividad. Esto implica:
 - Una comprensión de la profesión de ingeniería y a la vez una obligación de servir a la sociedad, a la profesión y al medioambiente, aplicando los códigos apropiados de conducta profesional.
 - Capacidad en ingeniería económica, aseguramiento de la calidad, sostenibilidad y utilización de información técnica y estadística.
 - Capacidad de trabajar con otros en proyectos multidisciplinarios.
 - Capacidades directivas interpersonales e intrapersonales
 - Capacidades para dirigir equipos de alto rendimiento.
 - Capacidades para entender el sector y competir en él, tanto en su vertiente general (regulatoria, tecnológica, legal y social) como próxima (clientes y usuarios, competencia, proveedores).

TE PREPARA PARA

- Conocer la posición de la función marketing entre todas las de la empresa, y sus implicaciones estratégicas en el desarrollo del negocio.
- Conocer las técnicas para medir, cualificar y segmentar mercados.
- Conocer y aplicar las técnicas de marketing.



- Proporcionar los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de marketing
- Conocer las opciones estratégicas existentes desde la perspectiva del área comercial
- Formarse sobre ventas de productos y servicios, así como campañas en el sector
- Conocer los tipos de clientes, tanto privados como administración y organismos públicos nacionales y supranacionales.
- Conocer la organización comercial

COMPETENCIAS

Los alumnos reforzarán o crearán una serie de competencias genéricas a lo largo del curso como:

- Capacidad reflexiva y de análisis crítico.
- Capacidad de adaptación al entorno.
- Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la formulación de juicios complejos a partir de una información incompleta, de comunicar conocimientos, conclusiones y razones últimas a audiencias especializadas o no.
- Capacidad de resolución de problemas y de toma de decisiones en entornos poco conocidos y dentro de contextos multidisciplinares.
- Capacidad de generar y gestionar el cambio.

Entre las competencias más específicas que el curso pretende proporcionar están:

- Capacidad para comprender las implicaciones estratégicas de la internacionalización y de la competencia global en la realización de un plan comercial.
- Capacidad para diseñar e implantar un plan de Marketing coherente con el plan estratégico de la empresa en entornos caracterizados por su globalidad, su competitividad y su variabilidad.
- Capacidad para implementar un plan de posicionamiento y comunicación.
- Tener una visión integradora y global del tejido empresarial, público y privado de las empresas que forman parte del sector.

CÓMO TE PREPARA

A través de la metodología específica del programa que:

- Integra sesiones de expertos con aplicaciones prácticas que promueven la participación activa del alumno, alternando exposiciones teóricas con el planteamiento y resolución de múltiples ejemplos y casos prácticos.
- Se imparte presencialmente. Por lo tanto, el desarrollo de las distintas sesiones que componen el curso es totalmente personalizado, de forma que todos los participantes comparten un espacio físico y donde la relación con el profesorado es directa y de confianza.



METODOLOGÍA

El curso se estructura con exposiciones teóricas, imprescindibles para adquirir los conocimientos, reforzadas con la participación en clase y el trabajo individual o grupal, dentro y fuera del aula. En cada sesión se presentarán casos para el entendimiento y resolución de situaciones reales, así como casos prácticos, cuya intensidad aumenta al progresar el curso. Los alumnos deberán preparar micro casos prácticos de manera individual y grupal, además de realizar un plan de marketing estratégico aeronáutico a partir de datos proporcionados en clase, basado en una situación real y que presentarán al finalizar el curso.

POR QUÉ

Porque es un programa que reúne todas las competencias que demanda el mercado laboral del sector aeronáutico en la actualidad, con beneficio tanto para el profesional como para la industria a través del empleador. Además, reúne los siguientes aspectos:

▪ **Programa imprescindible.**

Programa imprescindible para adelantarse a las actuales exigencias del mercado laboral en el sector aeroespacial.

▪ **Experiencia sólida**

Agrega experiencia en los puestos de trabajo a medida de grandes y medianas empresas referentes al sector aeronáutico.

▪ **Visión global.**

Aporta una visión global del sector aeronáutico e incorpora nuevas tendencias para responder a las actuales y futuras necesidades.

▪ **Aplicación inmediata.**

La metodología está enfocada a incrementar en el participante la capacidad de adquirir y desarrollar las habilidades personales, directivas y de gestión necesarias para ser un profesional dentro del sector aeronáutico.

▪ **Comunidad de aprendizaje.**

Intercambio de experiencias entre los propios participantes en el Programa y con un claustro formado por directivos ejecutivos y profesionales expertos en diferentes áreas del sector aeronáutico, que darán a sus materias un enfoque eminentemente práctico.

▪ **Una experiencia de aprendizaje diferente.**

CES Aviation y la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) proponen un modelo de aprendizaje propio para el enfoque de este tipo de curso, para profesionales con o iniciando la experiencia, desarrollando las competencias profesionales para puestos de responsabilidad, según:

- La vertiente intrapersonal para lograr el equilibrio.
- La vertiente interpersonal para relacionarnos de forma efectiva.
- El espíritu crítico para sustentar las opiniones y decisiones de una forma sólida.
- La creatividad para generar conocimientos, procesos o productos adaptados a las necesidades de la empresa y del mercado.



CONTENIDO DEL TEMARIO

MÓDULO 1.- EL MARKETING EN LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

- La Generación del Valor en la empresa y sus Funciones Directivas. Ciclo de Operaciones y Ciclo Comercial.
- La toma de decisiones en el consejo ejecutivo.
- Dirección Estratégica y Táctica. El Mando en la empresa.
- Camino Evolutivo en la competitividad empresarial. Fases de Desarrollo.
- Importancia de las Fases de Marketing.
- El Desarrollo durante las crisis económicas.
- Competitividad y Globalización. Papel del Marketing.

MÓDULO 2.- ESTRATEGIA DE MARKETING ANTE ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN

- Beneficios o pérdidas basados en decisiones de marketing.
- Estrategia de Marketing.
- Definiciones básicas.
- Determinantes y Herramientas de Marketing.
- Cadena de actividades del Marketing.

MÓDULO 3.- ENTORNO Y MERCADOS. LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE

- Entorno General y Próximo. Características y Programa de Análisis.
- Mercado y sus clases. Definiciones. Cuantificación.
- Previsiones. Construcción de Escenarios.
- Alternativas de elección de mercados.
- Proceso general Producto-Mercado.
- Segmentación. Fases y Factores de Segmentación.
- Comportamiento del Cliente, Usuario y Consumidor.
- Consumidor y Comprador. La Venta Industrial.
- Análisis Competitivo. Importancia del Marketing en las Fuerzas Competitivas.
- La posición en la Cadena Evolutiva. Gorilas y Monitos.
- Tendencias Futuras.

MÓDULO 4.- MARKETING – MIX Y DIRECCIÓN DEL PRODUCTO

- Estrategias ante la Compra y el Consumo.
- Producto. Atributos.
- Posicionamiento y Dirección del Producto.
- Lanzamiento y Creación de Productos.
- El Marketing durante la concepción, certificación y ensayos en el sector aeronáutico.
- Influencia del Marketing en la Cartera de Productos.
- Comunicación.
- Fuerza de Ventas. El papel del Marketing en la Venta.
- Precios y Determinantes de Precios.
- Fijación de Precios y Estrategia de Precios.
- Distribución. La Cadena de Suministro. Elección de Canales.



MÓDULO 5.- DIRECCIÓN COMERCIAL

- Organización Comercial
- Planificación de ventas.
- La venta industrial.
- Ventas de servicios clásicos e integrados.
- Campañas de Marketing y Ventas en aeronáutica.
- Campañas gubernamentales

MÓDULO 6.- PLAN DE MARKETING Y ORGANIZACIÓN DEL MARKETING

- Planificación de Marketing.
- Contenido del Plan.
- Conclusiones del Plan y Objetivos de Marketing.
- Bases del Marketing Estratégico.
- Estrategias según la Posición en la Cadena Evolutiva y en el Mercado.
- Organización del Marketing.

MÓDULO 7.- CASO PRÁCTICO DE LANZAMIENTO DE UN PRODUCTO AERONÁUTICO

- Realización, en grupos, de un plan de lanzamiento de un producto aeronáutico basado en un caso real (además del trabajo en clase y la presentación final del mismo, los alumnos deberán redactar y terminar el caso fuera de las horas de la asignatura).

APRENDER MEDIANTE EXPERIENCIA

Conocer de forma global los sectores aeronáuticos que están interrelacionados de una forma o de otra, es muy importante como formación específica para puestos de responsabilidad. Pero conocerlos, además, con la experiencia obtenida en cada uno de ellos por los profesores de este proyecto, es una forma de obtener directamente la realidad que se encuentra cualquier profesional en la vida laboral, teniendo un conocimiento en conjunto y por separado de los más importantes sectores aeronáuticos tratados en el Curso Superior de Competencias Aeronáuticas.

Además, las enseñanzas recibidas en este Curso, pueden ser reflejadas de forma directa en el concepto expuesto de “competencia” (competency) para información de cualquier empleador, lo cual es un beneficio directo tanto para él, como para el empleado.



PROFESOR / INSTRUCTOR

JAVIER RUIZ DE OJEDA

Ingeniero Aeronáutico en 1976 (Escuela Técnica Superior de Ingenieros Aeronáuticos, Madrid). Diplomado en Dirección de Empresas (1988, EOI/Manchester Business School) y en Altos Estudios de la Defensa Nacional (2002, CESEDEN). Piloto de drones (2016).

- 1977-1982: Carrera profesional inicialmente ligada al marketing de consumo (en Procter & Gamble) e industrial (en Atlas Copco).
- En Construcciones Aeronáuticas desde 1982: Investigación de mercados, marketing estratégico, estrategia de productos y programas internacionales aeroespaciales.
- En EADS desde su creación en 1999: ha sido Director de Coordinación y Relaciones Internacionales en la Corporación, y responsable de Estrategia de la División de Aviones de Transporte Militar en 2006 y 2007. Ha sido Director de Relaciones Institucionales para Universidades, Defensa y Tecnología de Airbus Military. Director de Relaciones Externas y Defensa España, en la Dirección corporativa de Estrategia y Operaciones de Marketing de AIRBUS GROUP hasta noviembre de 2015.
- Es Secretario de la Asociación de Diplomados en Altos Estudios de la Defensa Nacional, ADALEDE (CESEDEN) desde su fundación en 2004.
- Durante más de 25 años ha impartido conferencias y asignaturas en instituciones y universidades privadas y públicas sobre temas relacionados con el marketing, la internacionalización, la función estratégica y planificación. Lleva más de quince años tutorizando o coordinando proyectos de creación o adaptación de empresas, tanto en cursos de desarrollo directivo para grandes empresas multinacionales como en cursos de postgrado en instituciones docentes.

DATOS DEL CURSO

Duración:	90 horas, en modalidad presencial.
Comienzo del curso:	Pendiente de determinar en función de la asistencia.
Fin de curso:	--
Interrupción del curso:	--
Horario de clases:	Viernes de 16,00 h a 21,00 h. // Sábados de 09,30 h a 14,30 h.
Importe de matrícula:	1.980,00 €
Forma de pago:	25% a la inscripción del curso 75% al comienzo del curso



CES AVIATION / UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS (URJC)

La Universidad Rey Juan Carlos, desde su creación en 1996, ha orientado su enseñanza y su investigación a buscar soluciones interdisciplinarias a los problemas actuales, y se sitúa entre las mejores universidades madrileñas por su excelente oferta académica y su calidad científica internacional. Localizada en la Comunidad de Madrid, las instalaciones e infraestructuras de su campus en Fuenlabrada, Madrid, favorecen una vida universitaria y un ambiente académico orientados a la investigación, la innovación y el estudio.

Estudiar en la URJC ofrece un entorno de aprendizaje y una vida en los campus orientada a impulsar el trabajo y el talento. En la URJC podrás desarrollar todo tu potencial y tener una formación integral, internacional, profesional y humanística, complementándolo con la adquisición de experiencias profesionales en áreas de conocimiento relacionadas con el sector aeronáutico, dentro del concepto internacional de “competencia profesional” (competency).

CESAVIACIÓN, S.L. es una Empresa de Consultoría, Ingeniería y Formación que nació con el objetivo de ofrecer soluciones a medida de consultoría e ingeniería para satisfacer las necesidades de las empresas del sector aeronáutico relacionadas con la operación y explotación de aeronaves.

Ofrece servicios de Consultoría, Ingeniería y Formación a medida, con el objetivo de solucionar los problemas que se presenten para cada uno de nuestros clientes. Les ayudamos a competir con éxito en el mercado global de hoy en día, haciendo que la gestión y operación de sus aeronaves, y su personal, sea lo más eficiente y ágil.

CES AVIACIÓN, SL está formado por un equipo compuesto de profesionales con un profundo conocimiento y amplia experiencia en la aviación. Nuestros servicios se pueden adaptar para satisfacer las necesidades individuales de nuestros clientes y de sus flotas de aeronaves, en función de los requerimientos regulatorios y sus expectativas de negocio, con la mejora general de la seguridad, de forma clara mediante inversión en formación.